

Canal TI

La revista del negocio TI del Perú

ENTREVISTA. Johana Chuquino, gerente general de Agile Wise

DISTRIBUCIÓN SEMANAL GRATUITA
Nº942
LUNES 12
MAYO
2025



“El futuro es de quienes se adaptan y lideran el cambio digital”



Intcomex y Dell Technologies reconocen a Softmark

por su crecimiento comercial en el primer trimestre de 2025

El jueves ocho de mayo, Intcomex y Dell Technologies reconocieron a Softmark por su destacado crecimiento comercial durante el primer trimestre del año, reafirmando el valor del compromiso, la constancia y el trabajo conjunto en cada etapa del negocio.

La iniciativa fue liderada por Stephany Lavado, Product Manager del portafolio Dell CSG en Intcomex Perú, quien destacó la importancia de ir más allá de los números y seguir fortaleciendo las conexiones genuinas que se construyen día a día.

“Detrás de cada negocio hay personas, historias y mucho esfuerzo. Este tipo de espacios nos permiten agradecer, motivar y seguir construyendo relaciones auténticas y duraderas con nuestros socios”, dijo Lavado.

“Agradecemos a Intcomex y Dell Technologies por este reconocimiento, que nos motiva a seguir adelante. Softmark está pronto a cumplir treinta años de actividad en el mercado peruano y siempre ofreciendo un servicio y tecnologías de alto nivel”, dijo César Lavini, gerente general de Softmark.

Por su parte, Vadid Jorge, gerente Comercial de Softmark dijo: “Estamos muy contentos de recibir al equipo de Intcomex y Dell Technologies en nuestras oficinas, donde nos están entregando el premio por ser el canal con mejor performance en el primer trimestre del 2025. Quiero felicitar al equipo de Dell en Intcomex, liderado por Stephany Lavado, por la gestión que viene realizando para generar mejores negocios con los canales”.

El encuentro contó con la participación de todo el equipo involucrado en la atención a Softmark desde el mayorista, incluyendo ejecutivos comerciales, gerentes y jefaturas, quienes vienen acompañando al canal con una mirada consultiva, cercana y estratégica. Una muestra clara de que los resultados más sólidos se alcanzan cuando todas las partes están alineadas y comprometidas.

“Desde Intcomex y Dell Technologies, seguimos promoviendo acciones que reconozcan el esfuerzo de nuestros socios, impulsen su desarrollo y fortalezcan nuestro rol como aliados estratégicos. Invitamos a todos nuestros canales a seguir apostando por esta visión compartida de crecimiento, colaboración y confianza sostenida en el tiempo”, dijo Stephany Lavado.



Un modelo de ciberseguridad administrada, flexible y rentable

Licencias OnLine y Kaspersky impulsan el negocio de sus canales



Claudia Aramburú, Channel Manager de Kaspersky para Perú y Ecuador

En un mercado de servicios de TI gestionados en constante crecimiento, especialmente en el segmento de la ciberseguridad, la integración de soluciones robustas se presenta como una oportunidad clave para los proveedores de servicios gestionados (MSP). Un reciente webinar organizado por Licencias OnLine, con la participación de Kaspersky, abordó cómo el modelo MSP, potenciado por la ciberseguridad, puede aumentar la rentabilidad y ofrecer un valor diferenciador a los clientes.

Según datos compartidos durante la charla, el mercado global de servicios de TI gestionados proyecta alcanzar aproximadamente 731 mil millones de dólares para 2030, con un notable crecimiento en Latinoamérica. Dentro de este panorama, ciberseguridad se presenta como el segmento de más rápido crecimiento impulsado por la evolución constante de las ciberamenazas, cuya magnitud ha aumentado significativamente entre 2018 y 2024, y por la creciente complejidad de las herramientas de seguridad y la escasez de personal calificado en la materia a nivel mundial.

Licencias OnLine, con más de 20 años de trayectoria y 18 años de experiencia en el modelo MSP en la región, se posiciona como pionera en este segmento. La empresa cuenta con más de 500 service providers y más de 2000 contratos activos de MSP, manteniendo un crecimiento interanual del 20% y generando el 60% de sus ingresos de forma recurrente, lo que subraya la solidez y tendencia del modelo MSP.

Como parte de su propuesta de valor, el mayorista ofrece SmartHub, una plataforma digital que facilita la gestión de suscripciones automatizadas, renovaciones, expansión y flexibilización del aprovisionamiento de licencias, además de opciones de pago electrónico y gestión online, otorgando gran autonomía a sus canales.

A su vez, Licencias OnLine es el único Centro de Entrena-

miento Autorizado (ATC) de Kaspersky en Latinoamérica. Esto, destaca Cecilia Rodas, Brand Manager Regional de Kaspersky en el mayorista, permite ofrecer a los canales contenido profesional y capacitación para que se conviertan en expertos o incluyan estos servicios como parte de su oferta a clientes finales. De esta forma, se ofrecen laboratorios, salas de educación y un calendario de cursos virtuales para dar cobertura regional.

El Modelo MSP de Kaspersky: rentabilidad y flexibilidad

Según aseguraba Claudia Aramburú, Channel Manager de Kaspersky para Perú y Ecuador y especialista en MSP, la marca presenta su modelo MSP como una evolución frente al licenciamiento tradicional.

En el modelo de suscripción o mensualizado, los socios pueden ofrecer precios predecibles, promocionar valor, establecer una relación de sociedad con sus clientes y lograr una fácil diferenciación. Esto contrasta con el licenciamiento tradicional, donde la dependencia de renovaciones, la venta basada en precio y una difícil diferenciación son comunes. “Los MSP de Kaspersky pueden tener ofertas únicas, elaborar bundles y construir confianza y lealtad con sus clientes”, destaca.

El programa de canales de Kaspersky se estructura en categorías (Registered, Silver, Gold, Platinum) y especializaciones (Sell, Deploy, Manage - MSP, MSSP). Dentro del programa Manage Service Provider se destacan: MSP, MSP Advance (con requisitos específicos), y MSSP (para mayor expertise).

Los beneficios para los socios MSP incluyen:

- Banding acumulativa para las tres categorías.
- Descuentos en precios.
- Soporte de segundo nivel proporcionado por Kaspersky.
- Cinco casos premium de soporte (por única vez al año) para problemas que superen la capacidad de resolución del socio.
- Acceso a Fondos de Marketing para la categoría MSP Advance.
- Rebates de hasta un 9% para socios con categoría MSP Advance que cumplan sus cuotas. Estos rebates son dinero en efectivo depositado trimestralmente por Kaspersky para que los socios puedan reinvertir. La estructura de rebates varía según el nivel del socio (Silver, Gold, Platinum) y se pueden sumar rebates adicionales por especializaciones como Deploy (15%) y MSP Advance (9%).

Según explica Aramburú, convertirse en un socio MSP de Kaspersky implica un proceso sencillo a través del portal de socios. “Para nuevos socios, basta con registrarse y seleccionar el interés en ser proveedor de servicios gestionados; los so-

cios existentes acceden a la sección de programas B2B y aplican a la categoría Manage”. En ambos casos, es obligatorio completar un curso online gratuito de MSP Onboarding disponible en el portal. Una vez aceptado y certificado, se otorga la categoría MSP.

Kaspersky, de la mano de Licencias OnLine, pone a disposición de sus socios más de 25 cursos gratuitos (comerciales, técnicos, preventa) en su portal de aprendizaje, disponibles en español e inglés, para que se mantengan actualizados.

Portafolio de soluciones y autoaprovisionamiento

El portafolio de Kaspersky para MSP permite crear servicios y agregar valor, e incluye soluciones de:

- Endpoint Security: Suites como Kaspersky Endpoint Detection and Response (EDR) Optimum.
- Concientización: Kaspersky Automated Security Awareness Platform (KASAP) para educar al personal sobre amenazas como el phishing.
- Seguridad para Office 365: cubre buzones de correo, OneDrive, Teams y SharePoint.
- Soluciones Híbridas: Security for Web Gateway.
- Soluciones Avanzadas/MSSP: Kaspersky EDR Expert, XDR, Servicios de Inteligencia de Amenazas (integrables a NOC/SOCs existentes), Managed Detection and Response (MDR).
- Servicios Profesionales: ofrecidos como marca blanca para socios que aún no tienen un área de seguridad interna, permitiéndoles dar servicio a sus clientes. Según detallan las ejecutivas, la plataforma de autoservicio permite a los socios adquirir suscripciones de forma automática 24/7.

El modelo de suscripción mensual ofrece gran flexibilidad en tanto las cantidades pueden variar mes a mes (mínimo de 5 licencias), y se cobra un prorrateo basado en las licencias activadas. La plataforma permite elegir si la suscripción se renueva automáticamente cada mes o si se desea cancelar la renovación, incluso es posible cancelar una licencia mensual desde la consola del socio.

A los interesados que quieran profundizar sobre la propuesta para MSP de Kaspersky pueden escribir a kaspersky@licenciasonline.com

De esta forma, la alianza entre Kaspersky y Licencias OnLine a través del modelo MSP ofrece a los canales de Latinoamérica una oportunidad de negocio rentable y recurrente. Con un portafolio amplio, una plataforma de aprovisionamiento ágil y automático, soporte dedicado, formación constante y un atractivo programa de rebates, los socios pueden integrar la ciberseguridad como pilar fundamental para el crecimiento de sus negocios.

Presentó las soluciones de Cisco, Fortinet y Sophos

EngiPerú participó en el Cybersecurity Bank & Government Perú 2025

EngiPerú, empresa peruana con más de doce años liderando en ciberseguridad e infraestructura a nivel corporativo, participó con gran protagonismo en el evento Cybersecurity Bank & Government Perú 2025, uno de los encuentros más relevantes de la región en materia de seguridad digital.

El evento, realizado el pasado 30 de abril en el Westin Lima Hotel & Convention Center, reunió a autoridades del sector público, líderes del sistema financiero y representantes de empresas tecnológicas, con el objetivo de analizar los desafíos actuales y las estrategias clave para reforzar la ciberseguridad en el país.

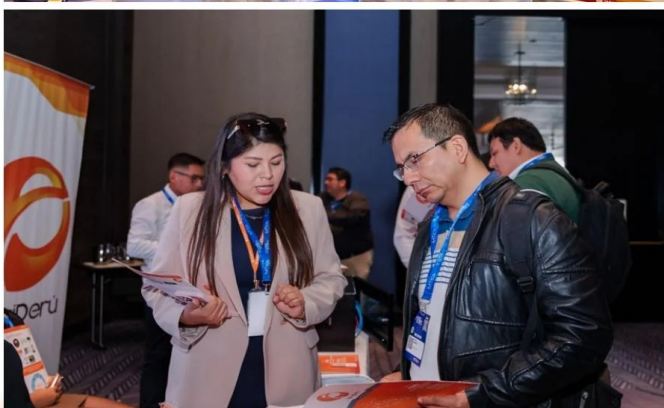
Durante esta importante jornada, EngiPerú presentó su portafolio de soluciones orientadas a la protección de infraestructuras críticas y datos sensibles, tanto en organismos gubernamentales como en entidades del sistema financiero nacional. Lo hizo de la mano de Sophos, Fortinet y Cisco, marcas de prestigio internacional que lo han reconocido como Sophos Platinum, Partner con mayor crecimiento en Fortinet y Partner Select en Cisco.

Entre los temas abordados en el congreso destacaron la inteligencia artificial maliciosa, el modelo Zero Trust como estrategia de seguridad de base, el crecimiento del ransomware como servicio (RaaS), los riesgos en la cadena de suministro digital, y los desafíos normativos en materia de protección de datos personales.

El evento permitió, además, fortalecer los vínculos entre los sectores público y privado, promoviendo un enfoque colaborativo frente a la creciente complejidad del cibercrimen y la sofisticación de los ciberataques.

"Como equipo, celebramos nuestra exitosa participación en este importante evento de ciberseguridad, el cual nos posiciona aún más como líder de este importante rubro. Además, hemos podido presentar nuestra alta especialización en marcas reconocidas a nivel mundial como Cisco, Fortinet y Sophos, con las que nuestra trayectoria ya es muy conocida", dijo Carmen Lapa, gerente Comercial de EngiPerú.





Por Wilder Rojas Díaz

Johana Chuquino, gerente general de Agile Wise

“El futuro es de quienes se adaptan y lideran el cambio digital”

Johana, qué gusto conversar contigo nuevamente. Sería genial volver a contar con tus artículos en Canal TI.

¡Sí! Ya han pasado unos años, desde que publiqué mis artículos en la revista. Canal TI ha sido una plataforma importante para compartir ideas y reflexiones sobre transformación digital. Y gracias por esta oportunidad de poder compartir nuestra visión sobre la tecnología.

¿Cuántos años de vigencia tiene Agile Wise?

Agile Wise cumple seis años. Empezamos un poco antes bajo otro nombre, ya consolidados como Agile Wise desde ese tiempo. Nacimos con una convicción clara: ayudar a acelerar la transformación de Latinoamérica hacia la era digital. La transformación digital a nivel mundial inicia aproximadamente en el 2010, pero, en Perú en el 2016, hablar era raro en muchas organizaciones y en otras inexistentes.

¿En ese momento, tú estabas en el sector de la banca?

Así es. La primera ola de transformación digital en el mundo surgió en la banca allá por el 2010, esto debido a la necesidad de adaptarse rápidamente a un mercado con mayor uso de aplicativos móviles, y en general de la tecnología en su día a día, movimiento que empezó a cobrar vida con las fintech. En Perú, el gran impulso se dio alrededor de 2015-2016 y tomo una gran relevancia para el 2017-2018, y justo estábamos acompañando ese proceso desde dentro. Fue allí donde vimos que esta transformación no podía quedarse solo en el sector financiero. Muchas empresas empezaron a decir: “yo también quiero esto”, y otras aún descono-

cían del potencial que podría traerles y así nace Agile Wise.

¿Cuál fue el rol de Agile Wise en ese contexto?

Nuestro rol fue claro desde el inicio: acompañar a las organizaciones en el desarrollo de productos digitales, diseñar estrategias de negocio conectada con la tecnología y, sobre todo, entrenar a sus líderes para que vean que ese futuro digital estaba cada vez más cerca. En ese momento muchos ejecutivos no sabían cómo aprovechar la transformación digital desde sus propios roles. En 2018, lanzamos uno de los primeros programas en Perú dirigido a ejecutivos sobre transformación digital, incluso antes que muchas universidades. Hablábamos de temas como planeamiento estratégico ágil, gestión de portafolios enfocados en valor, agilidad, productos digitales, entre otros temas.

¿Quiénes fueron sus primeros clientes?

Nuestros programas estaban dirigidos principalmente a gerentes y consultores seniors. Y a nivel empresarial, trabajamos con medianas y grandes empresas: banca, cajas financieras y líderes del sector TI. Eran quienes más rápido vieron el valor de adaptarse al cambio.

¿Cómo ha evolucionado Agile Wise? ¿Cuáles son hoy sus principales pilares?

Nuestra evolución ha ido de la mano con las necesidades del mercado. En 2019 creamos nuestro propio modelo de transformación digital, el EMD4, que tiene como base un assessment de madurez digital, un marco de transformación organizacional y herramientas para cada etapa. Este fue nuestro punto base, acompañan-

do a las organizaciones con el rol de partners digitales, ayudándolas a visualizar hacia dónde va su industria, y cómo pueden adelantarse a la competencia.

En la actualidad el modelo ha evolucionado, y hemos abierto nuevos servicios, pero, siempre desde la base de cocrear, experimentar y adaptar. Nuestros pilares son:

Transformación digital y madurez organizacional

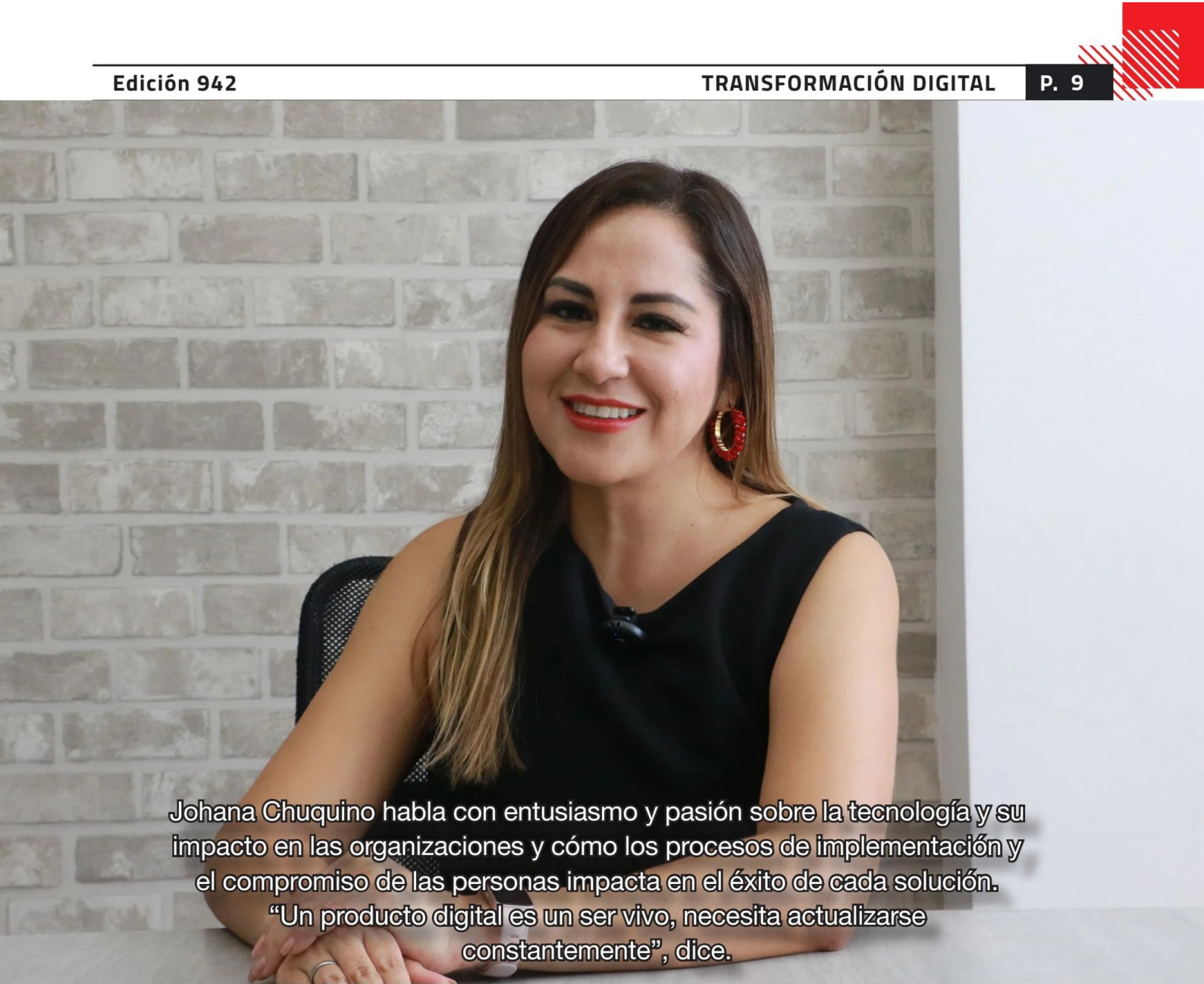
No solo asesoramos en la creación de estrategias digitales, sino que analizamos y te enseñamos como tener esa mirada del futuro, te llevamos paso a paso a alinear tu estrategia con la necesidad del mercado cada vez más digital.

Gestión ágil y gestión del cambio

Si ya estas inmerso en la transformación, el siguiente nivel es habilidad la agilidad organizacional, es decir, habilitar la forma que hará que hará que no camines sino vuelas, y lo hacemos conociendo la forma de cómo minimizar la alta tasa de resistencia al cambio que a todos les afecta<->. La clave está en que la gente acepte la transformación, no que la sufra.

Talento Especializado

Nos dimos cuenta de que nuestros clientes sufrían mucho con el servicio de staffing, incluso de empresas transnacionales. Así fue como nació nuestra línea de “staffing” basada en la metodología TIM (Talent & Intelligent Management), donde no solo brindamos al mejor talento, sino que lo respaldamos con una comunidad experta que brinda soporte tanto para el cliente como para nuestro personal, y a esto lo potenciamos hoy



Johana Chuquino habla con entusiasmo y pasión sobre la tecnología y su impacto en las organizaciones y cómo los procesos de implementación y el compromiso de las personas impacta en el éxito de cada solución. “Un producto digital es un ser vivo, necesita actualizarse constantemente”, dice.

con el uso de inteligencia artificial.

Algunas organizaciones confunden que transformación digital es lanzar una app, instalar un software o cambiar su infraestructura.

Ese es uno de los grandes errores. Un producto digital no es un proyecto con fecha de fin, es un ser vivo que debe evolucionar. Tomemos como ejemplo a Yape. Cuando nació en el BCP, tenía un horizonte de rentabilidad a siete años. Hoy es una plataforma comercial completa. Eso solo se logra con una visión clara, inversión en equipos dedicados, y el uso correcto de las tecnologías digitales como el análisis de datos, además de una cultura de agilidad y mejora continua. Una app (aplicativo móvil) no es un producto digital sino genera ingresos o se espera que genere beneficios económicos en el tiempo.

¿Cómo están integrando la inteligencia artificial en Agile Wise?

Está en nuestro ADN. Desde el análisis de mercado hasta la operación diaria, usamos IA para crear contenidos, anticipar tendencias, mejorar procesos y capacitar equipos. Incluso el talento que enviamos a clientes tiene soporte de IA y una comunidad detrás.

¿Cómo ves hoy a los líderes empresariales respecto al 2017?

Ha cambiado mucho. Según McKinsey, el 84% de los líderes quiere transformarse, pero solo el 42% lo hace. Las grandes empresas avanzan porque el mercado se los exige, esto implica el crecimiento de sus líderes con ese avance. En la mediana empresa, hubo un impulso, pero también retrocesos por falta de capacidades internas o malas implementaciones. Y en la pequeña empresa, el potencial sigue desaprovechado,

aunque muchos colaboradores individuales ya están usando IA sin que sea una estrategia de empresa.

¿Cómo proyectas el panorama empresarial en los próximos cinco años?

Habrà una brecha evidente entre las empresas que abrazan la tecnología y las que no. La IA generativa va a simplificar procesos, personalizar servicios y reducir barreras de entrada. Ya vemos empresas desarrollando sus propios agentes de IA, automatizando procesos en días, adaptando sus modelos de negocios en semanas. Las organizaciones que actúen ahora liderarán el mercado. Las que no, quedarán relegadas. Y no necesariamente por su tamaño, sino por su mentalidad. Lo mismo para las personas. La IA no va a reemplazar a las personas, pero las personas con dominio de la IA van a reemplazar a las que aún no la dominan.

La línea Tapo ofrece una solución integral de autom



Espacio interactivo en inauguró su Módulo

El viernes 9 de abril, TP-Link inauguró el Módulo de Experiencia Tapo, un espacio interactivo creado para mostrar las capacidades del ecosistema inteligente de su línea Tapo, especializada en seguridad y automatización para el hogar.

Ubicado en CyberPlaza, este nuevo módulo permite a los visitantes experimentar en tiempo real cómo los dispositivos Tapo trabajan en conjunto para ofrecer una experiencia de hogar inteligente completamente automatizada. Desde cámaras que activan luces y enchufes inteligentes, hasta sensores de movimiento que ejecutan múltiples coman-

dos de manera simultánea, el módulo demuestra de forma tangible la potencia de un ecosistema interconectado.

La implementación del espacio fue liderada por Andrés Sovero, Sales Manager, y Giuliana Hidalgo, Marketing Specialist, quienes encabezaron la propuesta de diseño y experiencia centrada en el usuario, reafirmando el compromiso de la marca con la innovación y la cercanía con el consumidor final.

“Tapo, además de ofrecer cámaras para el hogar de excelente calidad, representa una solución integral

Automatización con enchufes, focos, sensores y cámaras



En CyberPlaza: TP-Link de Experiencia Tapo

de automatización. Es la única marca del mercado que permite una integración total entre dispositivos como enchufes, focos, sensores y más, todo desde una sola aplicación,” comentó Andrés Sovero.

La línea Tapo incluye una amplia gama de productos como cámaras inteligentes, sensores de movimiento, botones inteligentes, enchufes, bombillas LED, tiras de luz y sensores para puertas y ventanas. Todo esto gestionado de manera intuitiva a través de una sola plataforma, permitiendo crear escenarios personalizados, automatizar acciones cotidianas y mejorar la seguridad del hogar.

“Lo que diferencia a Tapo es su capacidad de automatización avanzada. Una cámara puede encender automáticamente todas las luces de tu hogar, activar electrodomésticos o generar alertas cuando un sensor detecta la apertura de una puerta. Todo esto se realiza en segundos y de forma personalizada,” agregó Sovero.

Este módulo de experiencia también presenta las otras líneas de TP-Link enfocadas en conectividad, y la más reciente incorporación: la línea VIGI, una solución de videovigilancia empresarial que combina tecnología de punta con escalabilidad para entornos corporativos.

Durante su evento anual realizado

IBM anunció nuevas tecnologías híbridas para acelerar la IA empresarial

El 6 de mayo, IBM anunció en Think, el evento anual de la compañía, las nuevas tecnologías híbridas para escalar la IA empresarial, permitiendo a las empresas crear e implementar agentes de IA con sus propios datos empresariales. IBM estima que para 2028 surgirán más de mil millones de aplicaciones, lo que presionará a las empresas a escalar en entornos cada vez más fragmentados. Esto requiere una integración perfecta, orquestación y preparación de datos.

IBM está combinando tecnologías híbridas, capacidades de agentes y una profunda experiencia en la industria de IBM Consulting para ayudar a las empresas a operacionalizar la IA.

"La era de la experimentación con IA ha terminado. "Hoy, la ventaja competitiva viene de una integración de la IA que está diseñada específicamente para impulsar resultados medibles para el negocio", afirmó Arvind Krishna, presidente y CEO de IBM. "IBM está dotando a las empresas de tecnologías híbridas que simplifican la complejidad y aceleran las implementaciones de IA listas para la producción".



Arvind Krishna, presidente y CEO de IBM

Cree agentes de IA en watsonx Orchestrate que funcionan con +80 aplicaciones líderes de negocio

Los agentes de IA están pasando de ser una IA que habla con las personas a sistemas que trabajan para las personas, aun así, muchas empresas tendrán dificultades para integrarlos en diversos entornos, aplicaciones y datos. IBM ofrece un conjunto integral de capacidades de agentes listas para las empresas en watsonx Orchestrate para ayudarles a ponerlos en práctica. El portafolio permite:

- Crear agentes propios en menos de cinco minutos, con herramientas que facilitan la integración, personalización e implementación de agentes creados en cualquier framework, desde un generador de agentes (sin código) para usuarios no técnicos hasta herramientas avanzadas de código.
- Agentes especializados prediseñados en áreas como Recursos Humanos, ventas y compras, con agentes de utilidad para acciones más sencillas, como la investigación en la web y cálculos.

a comienzo de mayo en New York

think

- Integración con más de 80 aplicaciones empresariales líderes de proveedores como Adobe, AWS, Microsoft, Oracle, Salesforce Agentforce, SAP, ServiceNow y Workday.
- Orquestación de agentes para gestionar múltiples agentes y coordinar las herramientas necesarias para abordar proyectos complejos.
- Observabilidad de los agentes para monitorear el desempeño, la seguridad, la optimización de los modelos y su gobernanza en todo el ciclo de vida de los agentes.

IBM también está presentando el nuevo Catálogo de agentes en watsonx Orchestrate para simplificar el acceso a +150 agentes y herramientas prediseñadas, de IBM como de su amplio ecosistema de socios, que incluye a Box, MasterCard, Oracle, Salesforce, ServiceNow, Symplistic.ai, 11x y más.

El TEI de Forrester proyecta un ROI del 176% en 3 años automatizando la integración

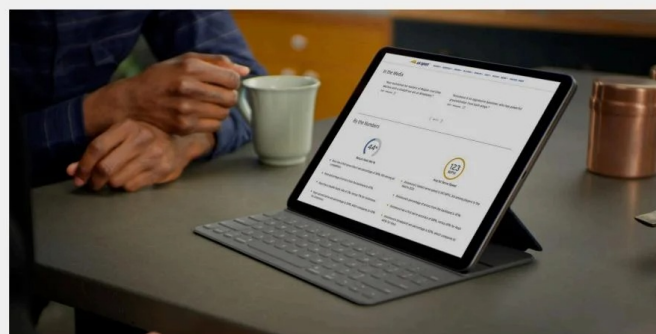
IBM presenta webMethods Hybrid Integration, una solución que reemplaza los flujos de trabajo rígidos con automatización inteligente e impulsada por agentes. Un estudio sobre el Impacto Económico Total (TEI) de Forrester Consulting concluyó que una organización que adoptó múltiples capacidades de integración de webMethods en un período de tres años logró un ROI del 176%, una reducción del 40% en el tiempo de inactividad, 67% de ahorros de tiempo en proyectos sencillos, entre otras cosas.

Desbloqueando los datos no estructurados para IA generativa

Los datos no estructurados -enterrados en contratos, hojas de cálculo y presentaciones- son uno de los recursos más valiosos pero subutilizados de las empresas. IBM está evolucionando watsonx.data para ayudar a las organizaciones a activar estos datos para impulsar una IA más precisa y efectiva, mientras unifican, gobiernan y activan sus datos en silos, formatos y nubes. Las organizaciones podrán conectar sus apps y agentes de IA con sus datos no estructurados usando watsonx.data, cuyas pruebas muestran que puede generar una IA un 40% más precisa que la RAG convencional.

IBM también presenta watsonx.data Integration y watsonx.data Intelligence, que utiliza tecnología impulsada por IA para extraer información detallada de datos no estructurados.

La nueva capacidad de almacenamiento consciente del contenido (CAS) de IBM está disponible como servicio en IBM Fusion. CAS permite un procesamiento contextual continuo de datos no estructurados para que la información extraída esté fácilmente disponible para las aplicaciones RAG más rápido.



Ocupa el puesto 16 en el ranking por su compromiso con la equidad de género.



Lenovo

Lenovo ingresa al ranking de Los Mejores Lugares para Trabajar Mujeres 2025 en Perú

Lenovo Perú, junto con Motorola Perú, ha sido incluida por primera vez en la prestigiosa lista de Los Mejores Lugares para Trabajar Mujeres 2025, elaborada por Great Place To Work Perú. Este reconocimiento sitúa a la compañía en el puesto 16 entre las organizaciones más destacadas a nivel nacional, destacando su compromiso con la equidad de género, el desarrollo profesional de las mujeres y la promoción de una cultura laboral inclusiva.

Desde hace nueve años, Great Place To Work Perú reconoce a las empresas que están transformando la experiencia laboral de las mujeres en el país. La edición 2025 de este ranking se basa en las percepciones de más de 78 mil colaboradoras, encuestadas en Lima y diversas regiones del país. Las participantes evaluaron aspectos clave como liderazgo, bienestar, oportunidades de crecimiento y prácticas con enfoque de género, factores que reflejan el compromiso de las empresas con la equidad y el desarrollo profesional de las mujeres. Estos elementos fueron determinan-

tes para conformar el listado de las 23 organizaciones que integran el ranking de este año.

Lenovo reconoce que el éxito de su meta corporativa de alcanzar más de un 25% de representación femenina en posiciones ejecutivas para el año 2026 depende de su capacidad para crear un entorno inclusivo e integral. Como parte de ese compromiso, desde 2024 Lenovo y Motorola Perú ofrecen 28 días adicionales de licencia por maternidad, totalmente subvencionados, como medida concreta para apoyar la conciliación entre la vida profesional y personal de sus colaboradoras.

Lenovo promueve el crecimiento profesional femenino a través de programas diseñados para fortalecer el liderazgo y aumentar la visibilidad de las mujeres dentro de la organización. Uno de ellos es Women in Lenovo Leadership (WILL), una iniciativa lanzada a nivel global en 2007 durante el Día Internacional de la Mujer, cuyo objetivo es reducir las brechas de representación y formar a las líderes del

mañana. El programa también crea espacios para compartir desafíos, experiencias y buenas prácticas entre colaboradoras. A esta iniciativa se suma el Women's Leadership Development Program (WLDP), de alcance global, orientado a mujeres en roles directivos con alto potencial para asumir posiciones ejecutivas.

“Formar parte de este ranking es una señal poderosa de que el trabajo que venimos haciendo desde iniciativas como Women in Lenovo Leadership está generando cambios reales. Nos enfocamos en abrir caminos, en crear redes de apoyo y en fortalecer las capacidades de las mujeres que forman parte de nuestra organización. Nuestra meta es clara: que ninguna tenga que elegir entre crecer profesionalmente o desarrollarse en lo personal. El liderazgo femenino es un pilar central de la transformación que promovemos en Lenovo”, afirmó Estela Guevara, gerente de Marketing de Lenovo Perú & BUPE y líder de la iniciativa Women in Lenovo Leadership (WILL) en el país.

Tecnologías como IA, reconocimiento de documentos y dispositivos como el "check mouse"



Sonda ofrece a sus clientes soluciones de automatización de procesos

Aunque las empresas peruanas han avanzado en la digitalización de sus canales de atención, los procesos operativos internos siguen rezagados, con flujos clave gestionados aún de forma manual y bases de datos desactualizadas. Así lo alertó Sonda a través de diagnósticos recientes realizados en Perú y otros países de la región.

Según Inesdi Business Techschool en el 2024, el 76% de las empresas peruanas ya han comenzado su proceso de digitalización. Sin embargo, los especialistas de Sonda destacan como hoy en día sectores como banca, la agroindustria y las telecomunicaciones aún enfrentan desafíos recurrentes en cuanto a procesos operativos: trabajo manual, formatos incompatibles, y falta de automatización para la validación de documentos. Se descubrió, además, que muchas empresas peruanas aún operan con sistemas de bases de datos de hace 5 a 10 años.

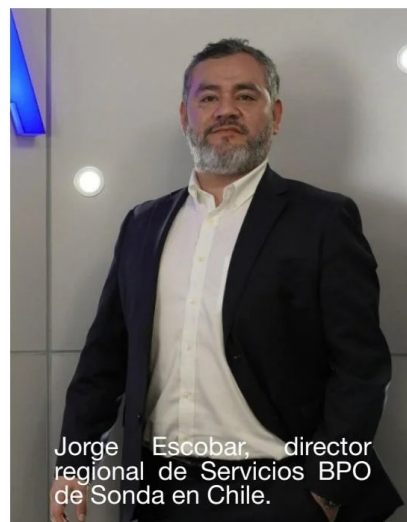
Para abordar estos desafíos, Sonda ha implementado tecnologías que incluyen la inteligencia artificial, como el reconocimiento inteligente de documentos y dispositivos como el "check mouse", que detectan alteraciones invisibles a simple vista. Estas soluciones han permitido a empresas reducir riesgos de fraude de hasta USD US\$ 250,000, mejorar la seguridad y eficiencia en la validación de documentos y evitar errores operativos.

Otro de los servicios destacados es la automatización de dispersión de pagos. Muchas empresas deben procesar pagos a trabajadores o proveedores en diferentes bancos, pero sus sistemas ERP no generan los formatos requeridos.

Sonda resuelve este problema creando plataformas intermedias que adaptan automáticamente los archivos a los estándares de cada banco, reduciendo riesgos operativos y tiempos de procesamiento.

En materia de prevención de fraudes, Sonda implementa modelos predictivos basados en Big Data y Machine Learning. Estos modelos permiten detectar patrones sospechosos en licencias médicas en el sector salud o en transacciones financieras en la banca, alertando operaciones potencialmente irregulares antes de que se materialicen.

"La madurez del sector BPO y servicios transaccionales varía mucho entre países de América Latina debido a factores socioculturales y regulatorios. En Perú, existe una resistencia al uso de canales digitales. Hemos visto bancos con estructuras operativas muy avanzadas y otros que siguen trabajando con procesos de hace una década. La clave no es imponer tecnología, sino entender el momento de madurez de cada cliente y acompañarlo con soluciones diseñadas a medida", explicó Jorge Escobar, director regional de Servicios BPO de Sonda en Chile.



Jorge Escobar, director regional de Servicios BPO de Sonda en Chile.

SUSCRÍBETE al Boletín Canal TI

Somos una revista de frecuencia semanal en América del Sur.
Haz que Canal TI llegue a todos los integrantes de tu empresa, amigos y contactos del negocio TI



Aquí encontrarás todas las noticias e información del negocio TI que necesitas para tomar las mejores decisiones de negocio

- AVANCES TECNOLÓGICOS
- NOMBRAMIENTOS
- PREMIACIONES
- PROMOCIONES Y OFERTAS
- RECIENTES LANZAMIENTOS

Todos los lunes

RECIBE NUESTRO BOLETIN
DIGITAL



Inscríbe tu correo



Visita www.canalti.pe